

บรรณานุกรม

- กังสดาล นาควิโรจน์. (2549). การเปิดรับ การจดจำ และทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้ามหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนภัทร อนันต์พุทธิกุล. โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ แอลอีดี สมาร์ท ทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร. [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.econ.tu.ac.th/oldweb/doc/thesis/1036.pdf>. วันที่เข้าถึง : 25 กันยายน 2560.
- บุญเลิศจิต ตั้งวัฒนา. (2554). ความสำคัญของธุรกิจไมซ์และ อีเว้นท์. สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.teacher.ssru.ac.th/kankanith_ku/mod/resource/view.php?id=140. เข้าถึง : 25 กันยายน 2560.
- มูลนิธิใบไม้เขียว. โครงการใบไม้เขียว. [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.greenleafthai.org. วันที่เข้าถึง : 25 กันยายน 2560.
- ศุภนิษฐ์ บริสุทธิ์, พรรณี พิมพ์โพธิ์ และจันทร์จิรา ม้าคำพอง. 2548. แบบอย่างการลงทุนธุรกิจ MICE. เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- เงินชิน เชิดชูชัย. (2546). การเปิดรับสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Assael, S. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action (6th ed.). Ohio: South Western.
- Haward, J.A. (1994). Buyer behavior in marketing strategy (2nd ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Zeithaml, V.A., and L. Berry and L. Parasuraman. "SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." Journal of Marketing. 64(1988) Spring: 12-40.